



Proposta para



Programa de Formação em Storytelling

“De um instante à eternidade, do intracraniano ao intergaláctico, a história de vida de todo e qualquer protagonista nos oferece possibilidades enciclopédicas. A marca de um mestre é selecionar apenas alguns momentos mas nos dar uma vida inteira.”

Robert Mckee

O PADRÃO● DAS Histórias

DESCOBRIMOS QUE TODA BOA HISTÓRIA DE HOLLYWOOD TEM A MESMA ESTRUTURA. E SERVE PARA O MUNDO EMPRESARIAL.

1. SETUP momento de colocar a audiência dentro do contexto atual/inicial da sua história

2. Incidente Incitante

Momento para colocar um protagonista em risco, despertar um desejo e dar um motivo para que a audiência queira saber a história

3. Complicações Progressivas,

Uma vez que um conflito aconteceu, o protagonista deverá AGIR em direção ao seu desejo. Mas a vida reagirá de maneira a dificultar a vida dele. É quando surgem os “perrengues” e aprendizados.

4. Crise, Climax e Resolução

Ao final da história, após os “perrengues” vividos pelo protagonista, ele precisará aprender algo que seja RELEVANTE e altamente SIGNIFICATIVO em sua vida, e que o inspire a agir.

Conheça a Droposta

Para o programa de formação em Storytelling

Objetivo Geral:

Capacitar líderes e equipes da Receita Federal a utilizar o storytelling como ferramenta estratégica de comunicação nas redes sociais.

O trabalho busca transformar temas técnicos e institucionais em narrativas mais claras, relevantes e envolventes, fortalecendo a comunicação da Cidadania Fiscal, ampliando o engajamento dos públicos prioritários e contribuindo para a formação de uma comunidade em torno do projeto.



A proposta em 03 Fases

FASE 1: Fundamentos do Storytelling

A base conceitual que sustenta histórias relevantes e envolventes.

Nesta primeira etapa, realizaremos um treinamento teórico intensivo de 4 horas, dedicado à compreensão dos princípios que fazem uma história despertar interesse, gerar significado e mobilizar a audiência.

O conteúdo parte dos fundamentos clássicos de Aristóteles e os conecta aos desafios contemporâneos da comunicação institucional e das redes sociais.

Os participantes aprenderão:

- O que torna uma história relevante, memorável e impactante;
- Quais são os elementos essenciais de uma narrativa;
- Como a estrutura narrativa influencia a percepção e o engajamento;
- Como transformar mensagens institucionais em histórias com propósito;
- Como selecionar fatos, personagens, conflitos e aprendizados capazes de gerar conexão.

Ao final, os participantes terão uma lente crítica para analisar e construir narrativas com mais intenção, clareza e eficácia.

A proposta em 03 Fases

FASE 2: Transformando teoria em Prática.

Aplicação dos fundamentos aos desafios reais da Cidadania Fiscal.

A segunda fase também terá duração de 4 horas e será dedicada à aplicação prática dos conceitos trabalhados no primeiro encontro.

A partir de temas e situações reais da Receita Federal, os participantes serão convidados a transformar conteúdos institucionais em narrativas adequadas às redes sociais.

Durante a sessão:

- Trabalharemos com casos e desafios reais de comunicação;
- Definiremos objetivos, públicos e mensagens prioritárias;
- Seleccionaremos os elementos mais relevantes de cada história;
- Estruturaremos narrativas de forma colaborativa;
- Exploraremos como uma mesma história pode se desdobrar em diferentes pautas e formatos.

Esta etapa permitirá internalizar o método e aproximá-lo da rotina de planejamento e produção de conteúdo da equipe.

A proposta em 03 Fases

FASE 3: Mentoria de Implementação

Acompanhamento estratégico para apoiar a construção e a implementação da narrativa do novo projeto de redes sociais.

Entregáveis

- Revisão da definição da história central que o projeto deseja contar;
- Revisão do mapeamento dos públicos prioritários e das formas de conexão com cada um;
- Revisão da definição dos valores, mensagens e territórios narrativos da comunicação;
- Revisão planejamento do desdobramento da narrativa em campanhas, pautas e formatos;
- Direcionamento de conteúdos em desenvolvimento;
- Orientação sobre mobilização, relacionamento e gestão de comunidade.

Formato

- Contratação mensal, com ciclo inicial recomendado de 1 mês;
- Dois encontros quinzenais de 1 hora por mês;
- Participação de até 3 membros da liderança ou da equipe responsável pelo projeto;
- Acesso assíncrono para dúvidas e feedbacks pontuais, conforme disponibilidade do consultor.

EXPECTATIVA DE Resultados

Ao final do processo, os participantes estarão mais preparados para:

- Compreender a experiência do público como uma jornada composta por diferentes histórias, necessidades e pontos de contato;
- Identificar histórias relevantes dentro de temas técnicos, institucionais e cotidianos;
- Transformar dados, fatos, projetos e iniciativas públicas em narrativas claras e envolventes;
- Comunicar mensagens complexas de forma mais acessível, humana e significativa;
- Criar conteúdos com maior potencial de conexão, compreensão e engajamento;
- Utilizar o storytelling de forma estratégica, sem perder precisão, credibilidade ou responsabilidade institucional.

Resultados esperados para o projeto

- Maior clareza na narrativa da Cidadania Fiscal;
- Mais consistência entre campanhas, pautas e formatos;
- Fortalecimento da conexão com escolas, educadores, estudantes e gestores públicos;
- Maior autonomia da equipe na criação e avaliação de conteúdos;
- Desenvolvimento gradual de uma comunidade em torno da cidadania fiscal.



TRAINING CASES



A PROPOSTA

Conduzimos diversos treinamentos de storytelling para profissionais de diferentes níveis da Accenture, incluindo presidência, diretoria, gerência, consultores, analistas e trainees. O objetivo era ajudar as equipes a estruturar apresentações comerciais mais claras, persuasivas e orientadas ao contexto real dos clientes. Durante os treinamentos, os participantes trabalharam em grupos com casos inspirados em situações reais. Antes da parte teórica, realizaram uma primeira simulação de apresentação. Após o treinamento e o desenvolvimento das narrativas, apresentaram novamente os mesmos casos para executivos da empresa, que assumiram o papel de clientes.

O RESULTADO

A comparação entre as duas simulações revelou uma mudança significativa na clareza, na estrutura e na força persuasiva das apresentações. As sessões foram gravadas, permitindo que cada participante levasse consigo o registro do antes e do depois, além das apresentações desenvolvidas. A experiência gerou novos convites para palestras, projetos de apresentação e conteúdos destinados a disseminar internamente uma nova forma de estruturar e contar histórias.

WORKSHOP CASES



A PROPOSTA

Conduzimos um treinamento de três dias para apoiar o Itaú na implementação de uma nova operação de venda de seguros. O trabalho fazia parte de uma trilha interna de formação de multiplicadores. Em vez de depender apenas de scripts de venda, os profissionais aprenderam a compreender o contexto de cada cliente e a construir uma narrativa relevante para suas necessidades. A proposta era preparar uma nova geração de vendedores para atuar com mais escuta, flexibilidade e capacidade de adaptação.

O RESULTADO

Meses depois, recebemos o retorno de que os novos vendedores apresentavam bom desempenho comercial e que a operação de treinamento havia sido reconhecida positivamente dentro do banco. A área responsável passou a recomendar os treinamentos para outras equipes e frentes de atuação da instituição. Aqui eu evitaria “vendendo muito bem”, porque soa informal e sem métrica. “Bom desempenho comercial” é mais institucional e seguro.

WORKSHOP CASES



Para ser relevante.

A PROPOSTA

Desenvolvemos um treinamento que combinou fundamentos de storytelling e aplicação prática a uma necessidade real dos participantes. O grupo era formado por consultores que também atuavam na venda de novos projetos. Após a etapa teórica, os participantes receberam o desafio de criar uma narrativa para uma apresentação comercial. O trabalho foi desenvolvido de forma colaborativa, resultando em uma estrutura flexível, capaz de ser adaptada a diferentes clientes, contextos e necessidades.

O RESULTADO

A construção coletiva aumentou o domínio do método e o senso de pertencimento dos participantes em relação à solução criada. Em vez de uma apresentação estática, a equipe passou a contar com uma estrutura narrativa viva, adaptável e aplicável a diferentes situações comerciais. Na sequência, Rodrigo Portaro também apoiou o desenvolvimento visual da apresentação, deixando os consultores mais preparados para conduzir futuras conversas de venda.

Conheça mais sobre

Rodrigo Portaro



- Fundador da FRENKS Business Studio
- Palestrante e professor de Storytelling
- Roteirista e Consultor de Roteiros
- Ex-sócio da The Plot Company e do Master Talks, tendo sido sócio de Robert McKee (guru de Hollywood que ensinou a PIXAR a escrever histórias).
- Ex-professor da PUC-RS Online em Storytelling e Gamification (Pós de Propaganda e Marketing) .
- Ex-líder do programa de Storytelling e Branding no On Deck (Vale do Silício).
- 6 anos de experiência em consultoria e auditoria na PwC e 2 anos em finanças na Swiss Re.



Mais de 800 projetos de Storytelling para as maiores marcas do Brasil e do Mundo:



wework



MONSANTO

 **BASF**
We create chemistry

 **RIOT**
GAMES

FDC
Para ser relevante.



MARS


EY

 **Santander**

 **serasa**
experian™

Uber

 **SAMSUNG**

 **accenture**

GAME
XP

amil

 **bradesco**



Investimento

Treinamento teórico e prático:

Investimento referente a 8 horas de treinamento, sendo 04 sessões de 2 horas cada para um grupo de até ~25 participantes. Datas a combinar, porém previsto para setembro de 2026.

~~R\$ 23,9 mil (presencial) ou;~~

R\$ 21,5 mil (online -10% desconto)

Valor Total:
R\$ 31 mil*

Forma de Pagamento

*100% na entrega do projeto, valores já incluem impostos.

Mentoria de implementação:

Recomendamos um ciclo inicial de 1 mês, com participação de até 3 integrantes da liderança ou da equipe responsável pelo projeto. O acompanhamento contempla:

- * Dois encontros no mês (quinzenais) de 1 hora cada;
- * Orientação estratégica para a implementação da narrativa;
- * Análise de pautas e conteúdos em desenvolvimento;
- Acesso assíncrono para dúvidas e feedbacks pontuais.
- Data para início 22/09 e Data de término 18/12 de 2026.
- Duração 1 mês (liberdade para ajustar período de recesso de final de ano)

R\$ 9,5 mil

To be continued...

